

LAS ACTIVIDADES DE INVESTIGACIÓN EN LA FUNDACIÓN AUTOR

Rubén Gutiérrez del Castillo

0109TEMAS

AUTOR: Rubén Gutiérrez del Castillo

ADSCRIPCIÓN: Coordinador del Área de Estudios de la Fundación Autor

TÍTULO: Las actividades de investigación en la Fundación Autor

FECHA ACEPTACIÓN ARTÍCULO: 02/10/2007

CORREO ELECTRÓNICO: rgutierrez@sgae.es

Resumen: La Fundación Autor es un área de estudio de la Sociedad General de Autores (SGAE), que tiene como objetivo colaborar en el desarrollo del sector cultural en España, así como la difusión del repertorio artístico que tiene encomendada dicha sociedad. En el presente artículo se analizan las líneas de trabajo que ha venido desarrollando desde su creación en 1997 hasta la actualidad, y en las que intervendrá en su nueva etapa desde el 2007.

Palabras clave: SGAE, Fundación Autor, hábitos de consumo cultural, ocio, industria cultural, mercado musical.

INTRODUCCIÓN

Desde su constitución en 1.997, la Fundación Autor ha prestado especial atención a la investigación sobre el sector cultural desde la perspectiva de las ciencias sociales. La Fundación Autor, fundada por la Sociedad General de Autores y Editores con el objetivo de colaborar al desarrollo del sector cultural en España así como difundir el repertorio artístico que SGAE tiene encomendado (música en todas sus expresiones, dramaturgia, danza y audiovisuales) incorporó a su diseño estratégico tres ejes fundamentales: la promoción del repertorio, tanto dentro como fuera de nuestras fronteras; la actividad asistencial a autores (fondo de pensiones, asistencia social, etc.) y, finalmente, la formación y la investigación. Integrado en el Departamento de Estudios, Formación y Publicaciones bajo la dirección de Rufino Sánchez, el Área de Estudios, en constante sinergia con las otras dos áreas, e intentando cumplir con los objetivos generales de la institución, ha desarrollado un trabajo constante y creciente en los diez años de existencia de la Fundación Autor.

En este artículo examinaremos, analizando cada una de las grandes líneas de trabajo del Área de Estudios, cuál ha sido la actividad desarrollada hasta el momento. Finalmente, expondremos cuáles serán las líneas estratégicas que, en materia de investigación, desarrollará la Fundación Autor en la nueva etapa abierta en 2.007, coincidiendo con los diez años de actividad.

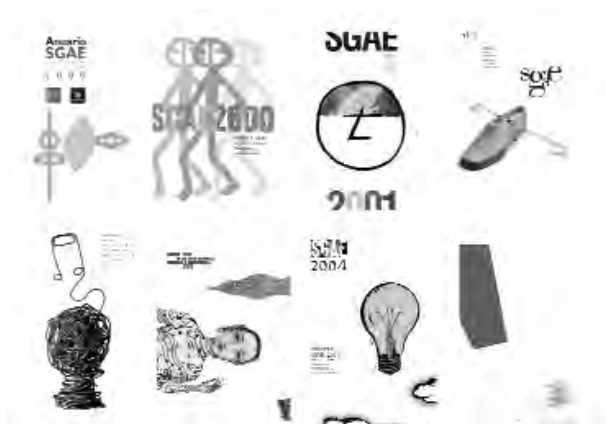
1. ESTUDIOS BÁSICOS SOBRE EL SECTOR CULTURAL EN ESPAÑA.

Cuando la Fundación Autor comenzó su actividad en 1.997, la información básica disponible sobre el sector cultural, y más concretamente sobre las áreas de trabajo más directamente vinculadas a la SGAE (música, artes escénicas y artes audiovisuales) era prácticamente inexistente. Después de que a finales de los años 80 y durante los tres primeros años de los noventa se acometieran por parte de los consecutivos Ministerios de Cultura una serie de trabajos fundamentales (encuestas sobre prácticas culturales, mapa de recursos e infraestructuras, etc.), la práctica inexistencia de actividad oficial al respecto era un hecho. Ni los profesionales del sector, ni los agentes que deben tomar decisiones de políticas públicas en materia culturales ni el conjunto de la sociedad española disponían de información rigurosa y actualizada que permitiera tanto tomar decisiones eficientes como, desde una perspectiva socioeconómica, conocer la relación de la sociedad española con la cultura.

Ante estas carencias, y antes de la constitución como tal de la Fundación Autor, la Sociedad General de Autores comenzó a diseñar una serie de trabajos que pretendían cubrir el hueco existente. Era necesario, por un lado, desarrollar metodologías que permitieran conocer a la sociedad española en su relación con el consumo de arte y cultura. Por otro lado, era también necesario construir metodologías que permitieran a los agentes conocer con gran detalle y actualidad la coyuntura de los diferentes sectores. Finalmente, era también necesario generar metodologías que sirvieran para conocer cual era el impacto económico de las industrias de la cultura y el ocio en nuestro país. Entre 1.995 y 1.997 se comenzó a generar una serie de trabajos en este sentido que, a partir de 1.997, comenzarían a ser publicados con el objetivo

de incidir en el desarrollo profesional del sector de la cultura en España. Estos trabajos se llevaron a cabo con la colaboración estable, e imprescindible, del instituto de investigación CI-MEC-MB y del Departamento de Análisis Económico I de la Universidad Autónoma de Madrid.

El *Informe SGAE sobre hábitos de consumo cultural* primero y la *Encuesta sobre hábitos y prácticas culturales en España* después presentaban los datos más relevantes así como las principales conclusiones de las dos macroencuestas realizadas para conocer el estado del consumo y participación cultural de la sociedad española. La primera macroencuesta, desarrollada a lo largo de dos años (1.997 y 1.998) con oleadas trimestrales para evitar los efectos de la estacionalidad -diferentes para los distintos subsectores contemplados en la encuesta, se hizo sobre un total de 24.000 ciudadanos y permitió ofrecer información muy detallada acerca de los hábitos de consumo cultural en nuestro país. En 2.002-2.003, y con la colaboración del Ministerio de Cultura, se emprendió una actualización de los trabajos. Esta nueva encuesta se realizó a lo largo de un año natural entre 2.002 y 2.003, también con oleadas trimestrales y sobre una muestra de 12.000 individuos. El diseño, similar al de la encuesta anterior y compatible también con la encuesta de 1.990 realizada en su momento por el Ministerio de Cultura, incorporaba in embargo una mayor profusión en lo referido a hábitos culturales relacionados con las nuevas tecnologías. Estos estudios, objeto de las publicaciones arriba citadas, obtuvieron una importante presencia mediática, trascendiendo el ámbito profesional, para protagonizar primeras páginas de periódicos, minutos de telediarios, debates en tertulias radiofónicas e incluso diversos sketches humorísticos en programas televisivos como *Los muñecos del guiñol* o *Caiga quien Caiga*, demostrando el gran interés que la sociedad tiene sobre su propio comportamiento en cuestiones culturales.



Las distintas ediciones del *Anuario SGAE de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales*, publicados entre 1.999 y 2.006 (ocho ediciones por tanto, que cubren la información generada entre 1.998 y 2.005) también suscitaron un elevado interés por parte de los medios de comunicación, pero, y en mayor medida, por parte del sector profesional, que tuvo acceso a través de estos trabajos a las cifras básicas para interpretar el mercado cultural. Con una estructura fija de nueve capítulos (Artes escénicas, Música Clásica, Música Popular, Música Grabada, Cine, Vídeo; Televisión; Radio y Nuevas Tecnologías), el Anuario ofrece información actualizada y detallada (descendiendo a nivel autonómico y, en ocasiones, a nivel provincial) sobre los principales indicadores de los diferentes sectores. Así, en el Anuario quedaron recogidos, entre otros, los dato relativos a espectadores, recaudación y volumen de actividad de las artes escénicas y música en vivo, a la estructura del parque cinematográfico en nuestro país, a la

evolución del sector discográfico, al volumen de las transacciones y valor de las mismas en el sector del vídeo y al uso de las nuevas tecnologías en la distribución y consumo de música y cine, entre muchos otros. El Anuario se complementaba con entrevistas a importantes gestores culturales para cada área de actividad, así como de un análisis por cada capítulo realizado por un periodista especializado. Vistos ahora en perspectiva, tanto las entrevistas como los artículos suponen un auténtico compendio de información escrito en primera persona sobre la cultura y su gestión en nuestro país en los últimos años.

Finalmente, para completar esta primera línea de trabajo, debemos citar los diferentes estudios que bajo el título genérico de *La Industria de la Cultura y el Ocio en España. Su aportación al PIB* fueron impulsados por la Fundación Autor para conocer la dimensión económica, y el peso sobre el PIB nacional, del sector cultural español. Estos estudios fueron desarrollados por un equipo de economistas del Departamento de Análisis Económico de la Universidad Autónoma de Madrid, bajo la dirección de Isabel García Gracia. Hasta el momento, se han realizado tres trabajos. El primero recogía información correspondiente a 1.992 y 1.993, el segundo al período comprendido entre 1.993 y 1.997 y el último, cuya edición corre a cargo de la editorial especializada Mac Graw Hill, al intervalo recogido entre 1.997 y 2.003. En estos trabajos no sólo se presentó por primera vez en nuestro país el valor económico de la cultura

(que, con los últimos datos disponibles supone el 3,9% del PIB, situando a la cultura y el ocio como el sexto sector más productivo), sino también se pudo dimensionar el término de empleo a este sector (poniendo de manifiesto su gran potencialidad como sector generador de puestos de trabajo), se pudo conocer con detalle el estado de la balanza de pagos en materia cultural y, por último, se obtuvo



información detallada para cada uno de los sectores que constituyen ese agregado de industrias de la cultura y ocio, así como información desagregada a nivel autonómico. El estudio, pionero en nuestro país, sirvió como base metodológica para el desarrollo de estudios similares en distintos países de América Latina a finales de los años noventa.

2. ESTUDIOS ESTRATÉGICOS Y ANÁLISIS SECTORIALES

Además de trabajar en la producción de datos primarios de carácter general para el conjunto del sector, desde la Fundación Autor hemos trabajado en el desarrollo de estudios sectoriales, centrados en la realidad de ámbitos concretos de la creación en nuestro país y, por otro lado, en estudios de naturaleza estratégica que permitan conseguir resultados específicos en áreas también concretas (mercados internacionales, cuestiones de política cultural sectorial, etc.)

De este grupo de trabajos se debe destacar los siguientes proyectos:

- Boletín DELFOS. Información sobre el mercado musical. Este boletín, cuatrimestral, del que se publicaron 12 números entre 2.001 y 2.005 presentaba información actualizada sobre el sector musical, tanto en su vertiente discográfica como en su vertiente en directo. Además de presentar datos secundarios, el boletín se nutría de los resultados de un panel de expertos, gracias al cual se podía conocer el estado del sector de primera mano, así como detectar sus principales problemas, prioridades y tendencias. En estos boletines quedó perfectamente plasmado el cambio de horizonte al que se tenía que enfrentar la industria musical de nuestro país.

- El repertorio de las orquestas sinfónicas en España. Mediante este estudio se pudo conocer, en un período de cinco años (1.997-2.002) la composición real del repertorio de las principales orquestas sinfónicas en sus temporadas regulares. Gracias a la recopilación de información primaria, se pudo obtener una visión muy fiel de la estructura de las programaciones, y de la incidencia, dentro de las mismas, de la música española y contemporánea.

- Los guionistas en España. En colaboración con ALMA, asociación de Autores Literarios de Medios Audiovisuales, se desarrolló este estudio, publicado en 2.004, que tenía como objetivo conocer la realidad socio-laboral de los guionistas en nuestro país. El trabajo permitió sistematizar las opiniones de los guionistas sobre su sector, y presentar de manera articulada una serie de necesidades y prioridades para su discusión con el resto de agentes implicados en el sector audiovisual.

- Guías de exportación de música. En colaboración con la European Music Office y la European Music Platform, instituciones de las que la Fundación Autor/SGAE es miembro activo, se han publicado hasta el momento ocho estudios dedicados a analizar algunos de los principales mercados musicales a nivel internacional: EEUU, Reino Unido, Japón, Alemania, Brasil, Finlandia, Austria y Rusia. Además, dentro de la colección Datautor, se publicaron dos estudios similares, uno dedicado al mercado musical en Francia y otro específico sobre las posibilidades de la música alternativa en los Estados Unidos.

- Posibilidades para la música española en China. En colaboración con el ICEX, desde la Fundación Autor se puso en marcha un estudio cualitativo para conocer en profundidad la dinámica del mercado musical en China. Gracias a las opiniones expresadas por más de 40 profesionales del sector en China, los profesionales españoles pueden conocer los mecanismos jurídicos que regulan este gran mercado así como las tendencias que articulan el sector, en creciente desarrollo en los últimos años. Este trabajo se ha visto complementado por el estudio *La imagen de España en China*, realizado por el Real Instituto Elcano con la colaboración de Fundación Autor/SGAE y la reciente publicación del libro *Apuntes sobre la industria cultural en China*, en Ediciones Autor.

- Los autores y la política cultural. Con motivo de la celebración del Encuentro de Creadores en Barcelona en enero de 2.005, se realizó un estudio para conocer las principales demandas y opiniones de los autores, distribuidos según área de actividad, sobre la política cultu-

ral. Este trabajo, presentado en dichos encuentros, y cuyas principales conclusiones fueron editadas en forma de artículo en el número 6 de Cuadernos de Economía de la Cultura, tendrá continuidad en el año 2.008, lanzándose una nueva encuesta que será presentada en los nuevos Encuentros de Creadores que se celebrarán en Zaragoza en febrero de 2.008.

3. DESARROLLO DE AUDIENCIAS

El avanzar en los procesos de democratización del acceso la cultura y vincular el sector cultural con la sociedad en la que está inmerso son objetivos prioritarios para la Fundación Autor. Gracias a los datos generados en algunos de los estudios ya citados, se puede observar que, mientras que algunos sectores presentan valores crecientes en sus indicadores de interés y prácticas, otros -los asociados a las manifestaciones culturales más tradicionales como el teatro, la danza, la música clásica o la ópera- presentan datos decrecientes o muy estables en el tiempo, aparentemente incompatibles con el desarrollo económico y social experimentado por la sociedad española en los últimos años.

Realizar labores de diagnóstico, generar metodologías de trabajo, foros de discusión y sistematizar experiencias de buenas prácticas son, a corto plazo, las prioridades de Fundación Autor para el desarrollo de audiencias.

Dentro de esta línea podemos citar, entre los principales proyectos desarrollados, los siguientes:

- Análisis de los hábitos de consumo cultural. Utilizando los microdatos procedentes de las encuestas de hábitos y prácticas culturales, y con la colaboración de distintos departamentos universitarios, se han realizado distintos análisis que pretenden explicar, desde los fundamentos económicos y sociológico, el comportamiento de los ciudadanos con respecto a la cultura. Fruto de esta línea de trabajo fueron los libros *Evolución de la participación cultural en España*, dirigido por Antonio Ariño (Universidad de Valencia), *Cinéfilos, Videoadictos y Telespectadores* (Víctor Fernández Blanco y otros, Universidad de Oviedo) y *El consumo de las artes escénicas en España* (Jordi López y Ercilia García, Universidad Autónoma de Barcelona).
- Estudios de ámbito regional sobre el consumo cultural. Por iniciativa de administraciones como la Generalitat de Catalunya (Departamento de Cultura) o el Gobierno de Aragón (Consejería de Cultura-Centro Dramático de Aragón), desde la Fundación Autor se han coordinado investigaciones específicas como el estudio cualitativo sobre la actitud de los ciudadanos ante la oferta cultural en Catalunya o el consumo de las artes escénicas y musicales en Aragón. En ambos estudios, el análisis sobre las barreras a la participación cultural constituye uno de los principales objetivos.
- Manuales de técnicas para el desarrollo de audiencias. En los últimos años, se publicó en la colección Datautor la traducción al castellano del libro de Philip Kotler y Joanne Scheff *Marketing de las artes escénicas*. Más recientemente, se publicó *Jóvenes pero alcan-*

zables, de Franky Devos, manual para el desarrollo de estrategias dirigidas a incrementar la participación cultural de los jóvenes.

- Creación de grupos de trabajo y foros y seminarios especializados. En los últimos años, se han puesto en marcha seminarios especializados como, entre otros, *Construcción de públicos para las artes* (Valencia, 2.004), *Desarrollo de Audiencias* (Madrid, 2.006), *Públicos, políticas y multiculturalidad* (UIMP-Valencia, 2.006), *Divino tesoro. Públicos jóvenes para las artes* (Valencia, 2.006) +Público, +Gestión (Madrid, 2.007). Paralelamente a estas acciones formativas se impulsó la creación de grupos de trabajo como el desarrollado con la Asociación Española de Orquestas Sinfónicas en 2.005 y se realizaron proyectos específicos para el desarrollo de audiencias para, entre otros, la Consejería de Educación de la Comunidad de Madrid (2.002 y 2.003).

4. PROMOCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Además del desarrollo y coordinación de investigaciones, el Área de Estudios de la Fundación Autor tiene, entre sus principales objetivos, el fomento y la promoción de la investigación en materia de economía y sociología de la cultura, políticas culturales, gestión cultural y comunicación y marketing. Para ello, entre 2.002 y 2.006 se convocaron los Premios de investigación sobre el mercado cultural y su entorno, con premios a la mejor tesis doctoral, trabajo de investigación y ayudas a la realización de tesis. Además, desde la Fundación Autor se ha impulsado la investigación en diferentes departamentos universitarios mediante el desarrollo conjunto de líneas de investigación. En el Anexo 1 aparecen los departamentos universitarios y centros de investigación, tanto dentro como fuera de España, con los que el Área de Estudios ha establecido algún tipo de colaboración.

Mención especial la merece la asociación SERCI (*Society for the Economic Research on Copyright Issues*), especializada en el estudio de los derechos de autor desde la perspectiva de la teoría económica. La Fundación Autor/SGAE, miembro fundador de esta asociación internacional ha facilitado la puesta en marcha de diferentes iniciativas, como sus congresos anuales (2.002, Madrid; 2.003, Boston; 2.004, Turín; 2.005, Montreal; 2.006, Singapur; 2.007, Berlín) o la revista RERCI. Economistas de prestigio internacional como Ruth Towse, Stan Liebowitz o Steve Margolis han formado parte de la junta directiva de esta asociación que, en sus encuentros anuales, reúne a más de 80 economistas procedentes de todo el mundo. Además, y gracias a la colaboración con esta asociación, se han impulsado estudios como *Análisis económico de las entidades de gestión colectiva*, realizado por Ruth Towse y Christian Handke.

5. DIFUSIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El compromiso de la Fundación Autor con la investigación en las áreas citadas se extiende a la publicación de los resultados de las investigaciones. A través de Ediciones Autor, la Fundación Autor ha desarrollado varias series (colección Datautor e Informes Fundación Autor) de-

dicadas a la difusión de nuestros trabajos y colaboraciones con diferentes centros de investigación tanto dentro como fuera de España (ver anexo 2). Además, los trabajos dedicados a la producción de datos básicos (Encuestas de consumo cultural y Anuario SGAE; Guías de Exportación de Música, etc.) se encuentran accesibles íntegramente en nuestra página web www.fundacionautor.org.

6. A MODO DE RESUMEN

Una vez descritas las principales líneas de actuación, parece fácil conocer cuáles son, desde la perspectiva de la investigación, las prioridades tanto en objetivos como en enfoque. Sin embargo, para hacer más clara y explícita nuestra estrategia en lo que a investigación se refiere, ofrecemos el cuadro 1. En dicho cuadro se recogen, y así se puede comprobar contrastando con lo descrito en los apartados anteriores, las prioridades establecidas por la Fundación Autor, prioridades que han articulado las acciones de investigación en los últimos diez años y que, sin duda, servirán de punto de partida para acciones futuras.

Cuadro 1. Prioridades de investigación de la Fundación Autor

Objetos de investigación prioritarios
1. Música (en vivo y grabada)
2. Artes Escénicas (teatro, danza y ópera)
3. Cine y video
4. Televisión y radio
5. TICs en el ámbito cultural
6. Otros sectores (libros, artes plásticas, patrimonio, turismo)
7. Datos agregados del sector cultural
8. Otros (nivel socio-económico, educación, etc.)
Disciplinas prioritarias de estudio
1. Economía y gestión
2. Sociología
3. Políticas públicas
4. Comunicación y marketing
5. Derechos de autor y derechos culturales
Líneas prioritarias de investigación
1. Oferta y producción cultural (estructura de los sectores, dinámicas sectoriales, colectivos profesionales, etc.)
2. Demanda cultural (hábitos de consumo, barreras al consumo, etc.)
3. Internacionalización de los productos culturales
4. Valor económico de la cultura, desarrollo cultural y desarrollo local, etc.
5. Políticas culturales (producción, distribución y consumo, a nivel local, regional y nacional)
6. Políticas culturales: diversidad cultural
7. Economía de los derechos de autor
8. Desarrollo de audiencias; democratización del acceso a la cultura
9. Indicadores culturales

7. PERSPECTIVAS DE FUTURO

El entorno, siempre cambiante, condiciona las prioridades a medio plazo. Tanto el contexto político (actitud de las administraciones públicas hacia la investigación en cultura), como el profesional (principales demandas detectadas) influyen, y deben hacerlo, en la estrategia de una organización que tiene que flexible y atenta a los cambios. Además, los propios cambios que se produzcan en el entorno de la Fundación Autor también condicionarán las prioridades en materia de investigación. En estos momentos, parece claro que la estrategia pasa por concentrar los esfuerzos en trabajos de análisis y estrategia, ocupando un lugar menos activo que el desarrollado hasta la fecha en la generación de información primaria. La elaboración de datos básicos, requiere de unos recursos que superan las restricciones presupuestarias de una organización que, durante diez años, ha generado información primaria sin contar con el apoyo -excepto en ocasiones puntuales- de las administraciones públicas. Una mayor colaboración en este sentido podría garantizar el desarrollo de acciones comunes y permitir la mejora de procesos, siempre necesaria para asegurar la calidad de los indicadores básicos. En este sentido, la Fundación Autor ofrece, como lo ha hecho en repetidas ocasiones, su *know-how*, metodologías y redes de información a las administraciones públicas que quieran generar información básica sobre el estado de las artes escénicas, musicales y audiovisuales.

En cualquier caso, proyectos como el Observatorio de Estadísticas Culturales (herramienta interactiva que comenzará a funcionar a finales de 2.007, y realizado en colaboración con la Universidad de Valencia) y el Centro de recursos bibliográficos ofrecerán información actualizada y rigurosa sobre indicadores culturales. Las TICs, y su influencia en el ámbito cultural (tanto desde el punto de vista de producción como de distribución y consumo) constituirán una de las prioridades de este nuevo periodo, generándose nuevas herramientas específicas para su seguimiento y análisis. El desarrollo de audiencias será también una de las principales prioridades, por lo que se intensificarán los esfuerzos dedicados a este tema, teniendo en cuenta además los profundos cambios socio-demográficos que está experimentando el conjunto del Estado. Igualmente, el análisis de las políticas culturales, tanto a nivel nacional como regional o local, pero también internacional (diversidad cultural) constituirá uno de los ejes básicos en el futuro inmediato. Por otro, y paralelamente al desarrollo de la red de multiespacios Arteria (conjunto de recintos escénicos multiusos para la promoción cultural tanto dentro como fuera de España), se establecerán nuevas prioridades geográficas (en las que sin duda América Latina cobrará un importante protagonismo). A este respecto cabe mencionar las colaboraciones con el CERLALC (Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe) y el Convenio Andrés Bello en diferentes proyectos de investigación sobre economía de la cultura y propiedad intelectual. Igualmente, crecerá la importancia de proyectos de ámbito regional o local, fundamentales para la dinamización de sectores en los que la dimensión regional es la más importante. Todas estas acciones, como ha ocurrido en estos primeros diez años, serán fruto de la colaboración con otras instituciones, universidades y centros de investigación, desarrollando una red que, en estos momentos, es uno de nuestros principales activos.

Esperamos, eso sí, que los resultados de estas nuevas acciones sean tan bien acogidos como lo han sido los correspondientes a las investigaciones realizadas en estos diez años y que su

proceso sea, al menos, igual de estimulante, tanto para nosotros como para todos nuestros colaboradores.

R. G. C.

Coordinador del Área de Estudios de la Fundación Autor. Octubre 2.007.

Anexo 1. Departamentos universitarios y centros de investigación con los que ha colaborado el Área de Estudios de la Fundación Autor

España

Universidad Autónoma de Barcelona. Departamento de Economía de la Empresa
Universidad Autónoma de Madrid. Departamento de Análisis Económico
Universidad de Alcalá. Área de Derecho del Trabajo y Seguridad Social
Universidad de Alcalá. Departamento de Economía Aplicada
Universidad de Barcelona. Cátedra de Derecho y Economía Internacional
Universidad Carlos III de Madrid. Departamento de Ciencia Política y Sociología
Universidad de Comillas. Master de Propiedad Intelectual
Universidad Complutense de Madrid. Departamento de Periodismo IV
Universidad Complutense de Madrid. Departamento de Métodos de Investigación y Diagnóstico en Educación
Universidad Complutense de Madrid-ICCMU
Universidad Complutense de Madrid-Universidad de Verano El Escorial
Universidad de Deusto. Instituto de Estudios de Ocio
Universidad Internacional Menéndez Pelayo. Sede de Santander
Universidad Internacional Menéndez Pelayo. Sede de Valencia
Universidad de La Laguna. Departamento de Ciencias de la Información
Universidad de Málaga. Área de Fundamentos del Análisis Económico
Universidad de Málaga. Departamento de Periodismo
Universidad Miguel Hernández de Elche. Área de Derecho Penal
Universidad de Oviedo. Departamento de Economía
Universidad Politécnica de Madrid.
Universidad Pompeu Fabra. Departamento de Periodismo y de Comunicación Audiovisual
Universidad Rey Juan Carlos de Madrid. Área de Sociología
Universidad Rey Juan Carlos de Madrid. Departamento de Ciencias de la Comunicación
Universidad Rey Juan Carlos de Madrid. Departamento de Economía
Universidad de Sevilla. Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad y Literatura
Universidad de Sevilla. Departamento de Economía
Universidad de Valencia. Departamento de Sociología
Universidad de Valladolid. Departamento de Economía Aplicada
CIMEC MB
Instituto Nacional de Estadística
Kreanta Investigación y consultoría
OIKOS-Observatorio Andaluz para la Economía de la Cultura
Prodescon
Real Instituto Elcano
Synovate Research

Fuera de España

Erasmus University Rotterdam (Holanda).

Humboldt University. Berlín (Alemania)

Intellectual Property Institute. Singapur

University of Quebec at Montreal. Montreal (Canadá). CIREC (Centre Internuniversitaire du Recherche en Economie Cuantitative)

Boston University School of Law.(EEUU)

J.L. Kellogg Graduate School of Management. Illinois (EEUU).

Columbia University. New York City (EEUU). Columbia Institute for Tele-Information

Foundation of Economic Trends. Washington. (EEUU)

University of Chicago. (EEUU).

Universidad de Palermo (Buenos Aires). Argentina

Università del Piemonte Orientale (Italia)

Groningen University. Groningen. (Holanda)

University of Texas at Dallas (EEUU)

North Carolina State University(EEUU)

Anexo 2. Publicaciones especializadas en investigación realizadas por la Fundación Autor

Economía y cultura

1. La importancia económica de la industria de la cultura en España. Isabel García Gracia (en fase de edición). MacGraw Hill/Fundación Autor. 2007
2. Análisis económico de las entidades de gestión colectiva. Ruth Towse y Christian Handke. DATAUTR Documentos. 2007
3. El impacto económico de los festivales culturales. María Devesa. DATAUTR. 2006
4. Cultura y Economía. José Ramón Lasuén. DATAUTR. 2005
5. Manual de Economía y Cultura. Ruth Towse (ed.). DATAUTR. 2005
6. La industria de la cultura y el ocio. Harold L. Vogel. DATAUTR. 2004
7. El comercio exterior de servicios culturales. José Ramón Lasuén. DATAUTR. 2004
8. El crecimiento económico y las artes. José Ramón Lasuén. DATAUTR. 2002
9. La dimensión sectorial de la Industria de la Cultura y el Ocio en España. Isabel García Gracia y otros. DATAUTR. 2003
10. Los bienes culturales en la era del acceso. Jeremy Rifkin. DOCUMENTOS FORUM SGAE. 2001
11. La industria de la cultura y el ocio en España. Análisis por CCAA. Isabel García Gracia y otros. DATAUTR. 2001
12. La industria de la cultura y el ocio en España. Su aportación al PIB (1992-1997). Isabel García Gracia y otros. DATAUTR. 2000
13. The industry of culture and leisure in Spain. Isabel García Gracia
14. La industria de la cultura y el ocio en España. Su aportación al PIB. Isabel García Gracia y otros (UAM). DATAUTR. 1998

Sociología de la cultura, hábitos de consumo y desarrollo de audiencias

1. Anuario SGAE 2006 de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales
2. Anuario SGAE 2005 de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales
3. Anuario SGAE 2004 de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales
4. Anuario SGAE 2003 de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales
5. Anuario SGAE 2002 de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales

6. Anuario SGAE 2001 de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales
7. Anuario SGAE 2000 de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales
8. Anuario SGAE 1999 de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales
9. Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España. Análisis descriptivo (con Ministerio de Cultura) 2005
10. Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España. Principales resultados (con Ministerio de Cultura). 2005
11. Informe SGAE de hábitos de consumo cultural. 2000
12. La percepción ciudadana de la oferta cultural en Catalunya. Estudio realizado para la Generalitat de Catalunya. Pendiente de edición. 2007
13. La participación cultural en España. Antonio Ariño. DATAUTOR. 2007
14. El ocio de los niños y el consumo de televisión. José Antonio Salgado. DATAUTOR. 2006
15. Jóvenes pero alcanzables. Técnica de marketing para acercar la cultura a los jóvenes. Franky Devos. DATAUTOR NUEVOS PÚBLICOS. 2006
16. Marketing de las artes escénicas. Phillip Kotler y Joanne Scheff. DATAUTOR. 2004
17. Cinéfilos, videoadictos y telespectadores. Víctor Fernández Blanco y otros (Universidad de Oviedo). DATAUTOR. 2002
18. El consumo de las artes escénicas en España. Jordi López y otros (UAB). DATAUTOR. 2002
19. Sociología de las artes. Vera L. Zolberg. DATAUTOR. 2002
20. El consumo de cine en España. Víctor Fernández Blanco. DATAUTOR. 1999

Análisis de políticas culturales

1. Planificación estratégica de la cultura en España. Félix Manito (Dir.) DATAUTOR. 2007 (en fase de edición)
2. El asociacionismo cultural en España. Instituto de Estudios de Ocio de la Universidad de Deusto. Informes de la Fundación Autor. 2007 (en fase de edición)
3. Política y financiación pública de la música. Edwin Harvey, DATAUTOR. 2007
4. La Oficina de Exportación de Música Española. Documento de trabajo para ICIC- SGAE. 2006
5. La difusión de la música española en el extranjero. Documento para la Enciclopedia del Español en el Mundo-Instituto Cervantes. 2006
6. Política y financiación pública del teatro. Edwin Harvey. DATAUTOR. 2006
7. Política y financiación pública de la cinematografía. Edwin R. Harvey. DATAUTOR 2005
8. El poder de Hollywood. Gustavo Buquet. DATAUTOR. 2005
9. Los guionistas en España (Con ALMA). Informes de la Fundación Autor. 2004
10. El repertorio de las orquestas sinfónicas en España. Informes de la Fundación Autor. 2004
11. La financiación de la cultura y las artes. Edwin R. Harvey. DATAUTOR. 2003

Prospección de mercados internacionales

1. Perspectivas para la música española en China. Con ICEX. Informes de la Fundación Autor. 2007
2. Guías de la exportación de música: Austria. Con European Music Office (EMO). 2007
3. Guías de la exportación de música: Finlandia. Con European Music Office (EMO). 2007
4. Guías de la exportación de música: Rusia. Con European Music Office (EMO). 2007
5. Guías de la exportación de música: EEUU. Con European Music Office (EMO). 2006
6. Guías de la exportación de música: Reino Unido. Con European Music Office (EMO). 2006
7. Guías de la exportación de música: Alemania. Con European Music Office (EMO). 2006
8. Guías de la exportación de música: Japón. Con European Music Office (EMO). 2006
9. Guías de la exportación de música: Brasil. Con European Music Office (EMO). 2006
10. Buscando el Crossover. La música latina alternativa en el mercado de EEUU. Adriana Pereira.

DATAUTOR 2004

11. Searching for the crossover. Latin Alternative Music. Adriana Pereira. DATAUTOR 2004
12. La Guía de la exportación: Francia. Christine Hautcoeur y otros. DATAUTOR. 2002
13. Guía de la Música Exportable. Con ICEX. Serie Informes. 1999

Otros títulos

1. El derecho de autor en la Unión Europea. Antonio Gómez Rosendo del Toro. DATAUTOR. 2006
2. Internet y delitos contra la propiedad intelectual. Fernando Miró. DATAUTOR. 2005
3. El futuro del ocio en el hogar. José María Álvarez Monzoncillo (URJC). DATAUTOR 2004
4. Libert@d de expresión en España. Carlos Pérez Ariza. (Universidad de Málaga). DATAUTOR. 2003
5. La distribución de música en Internet. Álvaro Rebollo Ena. DATAUTOR .2003
6. Condiciones de trabajo y seguridad social de los profesionales de la música. José Juan González. DATAUTOR. 2003
7. La Formación de los creadores. Un análisis de las necesidades de formación de los autores. José Luis Gaviria y otros. DATAUTOR. 2000
8. 19 DELFOS. Información sobre el mercado musical.